

“十二五”国家重点
图书出版规划项目



炫目与自恋

陈一 著

新媒介与青年亚文化

丛书主编 马中红



苏州大学出版社

“十二五”国家重点
图书出版规划项目



国家出版基金项目
NATIONAL PUBLICATION FOUNDATION

炫目与自恋

炫目与自恋

陈一 著

Subculture



苏州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

拍客：炫目与自恋 / 陈一著. —苏州：苏州大学出版社, 2013. 6

(新媒介与青年亚文化. 马中红主编)

“十二五”国家重点图书出版规划项目

ISBN 978-7-5672-0541-3

I. ①拍… II. ①陈… III. ①青年—亚文化—研究
IV. ①C913.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 135576 号

拍客

炫目与自恋

著 者 陈 一

丛书策划 沈海牧 李寿春

责任编辑 巫 洁

装帧设计 吴 钰

出版发行 苏州大学出版社

地 址 苏州市十梓街 1 号

邮 编 215006

电 话 0512-65225020 65222617(传真)

网 址 <http://www.sudapress.com>

印 刷 南通印刷总厂有限公司

开 本 700 mm×1 000 mm 1/16 印张 12 字数 148 千

版 次 2013 年 6 月第 1 版

2013 年 6 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5672-0541-3

定 价 28.00 元

版权所有 侵权必究

总序

青年亚文化作为一种普遍而又独特的文化现象,是人类社会文化结构中必然的不可或缺的组成部分。相对于主流文化,青年一代的文化以其青春性、多变性和挑战性的特性有别于位居社会主体的成人文化;而相对于基本认同主流价值的青年文化,青年亚文化则具有非主流、边缘性的“亚”文化或“次”文化特征。事实上,青年亚文化是一种世界性的青春文化现象,就其实质而言,它所反映的是成人世界与青春世界、父辈一代与子一代之间那种永恒的矛盾和张力关系。尽管在不同的时空语境下,这对关系往往以不同的方式表现出来,譬如反抗、冲突、偏离、协商、另类,等等,但是,它所呈现的那种青春期的迷惘、矛盾、寻觅冲动以及身份认同的困扰始终是青年亚文化的历史宿命,无论社会的意识形态如何统一和强大,这类青年亚文化或多或少总会以某些方式表现出来。

在中国现代文化史上,诸如“五四”青年文化运动、“一二·九”风暴,甚至红卫兵运动,都在一定程度和某个侧面显现了那个时代的青年亚文化症候。但就整体而言,一直到20世纪80年代之前,现代中国的青年文化更多的还是以认同和追随主流文化、成人文化的方式出现,那种典型的具有世界普遍性的青年亚文化现象并不突出。但是,伴随着改革开放和中国与世界文化的接轨,在短短30年的时间里,中国青年亚文化发生了巨大变化,时至今日,已经成了当代中国青年文化的重要组成部分。

如果说,20 世纪 80 年代初的青年亚文化从备受压制到浮出地表,在传统的媒介语境中以各种个性化的另类形象出现和发展,并得到社会的理解和宽容,主要是得益于经济体制转轨和思想解放运动,那么,进入 21 世纪的今天,青年亚文化的发展则在很大程度上有赖于以互联网为标志的信息技术革命,是突飞猛进的科学技术对青年日常生活的渗透和全球化的必然结果。如今,80 年代形成的第一波青年亚文化族群/类型已成为追忆中的昔日辉煌,而新媒介支持下的今日青年亚文化才刚刚拉开序幕。但令人震撼的是,新媒介对当今青年亚文化的影响,无论是在力度上还是在广度上都已远远超出了媒介技术的层面,进而关涉到当代中国青年亚文化特质的变异及其走向,故而特别引人瞩目。

一

从文化赖以生存的媒介和技术环境方面看,当下以互联网为核心的新媒介对社会文化生态的全方位渗透,开始明显地推动今日中国的整体文化向着开放、民主和文化多元的方向转变,同时整体文化的存在形态也在向“数字化生存”方向转向。新媒介不仅为传统文化类型的“转型”提供了广阔的空间,而且催生了一系列新的文化类型,其中,青年亚文化是最为突出的景观。当各种各样的“客”,例如博客、播客、闪客、换客等轮番上场,当各种“社区”“论坛”喧闹于网上,当 IM(即时通信工具)、SNS(社交网络服务)、微博备受青睐,当网上购物成为风潮,当“搜索”“自拍”“黑客”等所有这些网络技术和文化实践成为青年亚文化习以为常的社会参与及其表达方式时,青年群体正在演绎和展示着的,是一个完全不同于以往的“虚拟现实”。可以这么说,网络媒介为中国当代各种青年亚文化的外来接受,本土生成发展

和迅速传播提供了前所未有的开放式、无边界、多媒介的物理空间和相对平等、自由、开放的精神空间。如今,新媒介已经成了中国青年亚文化生长的肥沃良田和迅猛扩张的异度空间,成为新型青年亚文化传播的利器和青年一代寻找志同道合者、建构文化族群和部落的文化场域。

网络媒介的全面立体覆盖、低廉成本及使用的便捷,使中国大量青年群体的日常行为和生活方式与网络媒介牢固地绑定在一起,网络成为了他们的“良师益友”和“亲密伙伴”,有的甚至发展到须臾不能离开。一项由美国互联网公司 IAC(Inter Active Corp)和智威汤逊(J. Walter Thompson)广告公司合作,用双语进行的调查研究发现,与美国青年相比较,中国青年更依赖于数字技术,有 80% 的中国青年认为数字技术是自己生活的必要组成部分,其中 42% 的人觉得自己“上网成瘾”,而美国青年中持这种想法的则分别为 68% 和 18%。与此同时,该调查还发现,网络在中国青年人的社会生活和情感世界中扮演着极为重要的角色。77% 的受访者说,他们通过网络交友;54% 的人表示他们曾经通过网络即时信息进行约会;63% 的人认为,两个人即使永不见面,也可能在网络上建立起真实的关系。而在美国青年人中,相信网络情感真实性的只占 21%。这一新的媒介语境及生存方式,的确为社会转型时代的中国青年亚文化的创建和发展提供了一个全新的生存空间和表现舞台,中国青年亚文化在经历了“文革”时期的“地下活动”和改革之初的“地表活动”之后,终于被媒介技术的推手带入了“无限活动”的新阶段。当下,青年亚文化作为被互联网率先激活的文化类型,已借助新媒介全方位启动了自身的文化建设,并且情不自禁地成为文化与技术深度联姻的实验产品。

而从青年亚文化自身的交流系统来看,一方面,新媒介正在历史性地改写着青年亚文化与主流文化之间的关系;另一方面,

新媒介对青年亚文化构成要素的技术重组和创建,催生了新型的表达方式。

以伯明翰学派为代表的传统青年亚文化理论基本上是先验地预设了青年亚文化对主流文化的抵抗性和依存性的双重特性。譬如,科恩对伦敦东区工人阶级子弟的研究揭示,青年亚文化对工人阶级母体文化表现出表面的拒绝或反抗,却又有内在的依存和继承。威利斯对嬉皮士青年亚文化的研究表明,青年亚文化与中产阶级文化之间始终存在一种“结构性对立关系”。克拉克依据对特迪文化的深入研究也发现,“亚文化作为一种非官方的文化形式,拼贴所产生的亚文化风格的意义就必然处于和统治阶级意识形态相对立的地位”。诸如此类的“抵抗”观和“依存”观诞生于前互联网时代,研究的是现实世界中的青年亚文化实践活动,而以此观点来观照和解读新媒介时代的青年亚文化,难免捉襟见肘,力不从心。新媒介时代的青年亚文化,往往更长于表征似乎完全属于自我化或虚拟化的感性世界,而不是公然地“抵抗”现实间存在的文化形态,更不愿意与父辈或权威文化发生正面的“冲突”;它们不仅抹去了横亘在主流和非主流之间的森严界限,隔断了主体与现实之间的人文关注,而且有时候还经常颠倒真实与虚拟的逻辑关系,将真实虚拟化、虚拟真实化。

我们必须意识到的是,出生并成长于网络时代的青少年群体,天生就与网络、手机等新媒介结缘,他们通过新媒介接受的信息和文化远远多于传统主流渠道,如大众传播媒介、学校教育、父辈传承。传统主流渠道对他们精神成长的影响或许将日趋式微。与此同时,他们通过琳琅满目的新技术和新媒介产品,如 iPad、智能手机、微博、社交网络、视频分享网站、在线游戏等,畅通地传递着自己创造的文化,在信息传播、交友、玩耍和自我表达的世界中追求自治与认同。于是,青年亚文化的实践活动

最终成为一种自我宣泄、自我表现、自我满足的技术方式和文化意义,网络媒介的开放性、无中心性消解了现实世界中权威、主流、父辈等对青年加以掌控的可能性,或者说,网络媒介为青年亚文化的生成、发展提供了最为自由、宽松的逃避主流文化压抑的“庇护所”。

在青年亚文化构成要素的技术重组和创建方面,网络媒介以“数据”“图像”“多媒介视频”的技术特质为基础,创建了一个互动、复制、仿真和拟像的世界,一个全然不同于以往的世界。正如鲍德里亚所言,在模型、符码、符号建构的类像世界里,模型和真实之间的差别被销蚀,形象与真实之间的界限被内爆,人们从前对真实的那种体验以及真实的基础也一起宣告消失。新媒介的技术特征正在将众多非自然的、非真实的事项、文化和意义成分引入赛博空间,并且运用超文本或者超媒介的技术,为青年亚文化与外部现实世界的断裂创造出了一种“自然”的表现空间,遮蔽了人与现实真实关系的呈现,促成了青年亚文化表达方式的图像化转型。如此,即使在中国这样一个传统文化与现代、后现代多元文化并存的国度里,人与其创造出来的各种社会文化意蕴之间,也同样不再是传统媒介时代那种明晰的主客关联关系,或文化符号与现实世界的直接对应关系了,而是更多地通过图像符号的表征系统去消解原有的话语体系,用多媒介符号去解构既存的文化类型和文化理念。

在这种社会和技术语境条件下,中国当代青年亚文化便以空前活跃的姿态走上了网络空间的前台,而使传统意义上的青年亚文化类型迅速移位于后台,蜕变成了所谓前新媒介时代的过气文化遗存。如果说,新媒介、新技术果真如麦克卢汉所说的那样“构成了社会机体的集体大手术”,那么,毫无疑问,青年群体是这种大手术的率先操刀者。他们张开双臂,热情扑向新媒介,并借助新媒介、新技术来创造出属于自身的新的文化样式,

青年亚文化在以互联网为基础的新媒介的激发下,正在如火如荼地燃烧。

二

以互联网为主体的新媒介对青年亚文化发展的影响力比此前几乎所有的媒介都要广泛、深刻和迅捷得多——这不仅包括影响到青年亚文化的多样性和传播方式,也包括它所提供的亚文化文本的存在形式和功能模式,还有亚文化生存、生长的整个生态环境和文化语境,这些都促成了青年亚文化的盛行。

首先,借助网络媒介的快速成长和迅捷普及,青年亚文化已经从相对封闭的“小众团体”走向开放的“普泛化”的整体青年社会。以计算机网络为代表的数字媒介,从开发之初就预设了兼容和平权的机制,技术的“傻瓜化”强化了“网络世界人人平等”的可操控性,而友好的计算机界面和人性化的网络空间,模糊了现实社会中身份、性别、收入、学历所带来的多重差异,最大限度地吸纳青少年群体的加入,激发了社会不同阶层青年群体参与文化创造的热情,从而让亚文化从传统的另类、小团体模式中突围而出,成为青年群体共同参与、共同分享的文化。与此同时,网络、手机等新媒介的普及以及信息资费的低廉化趋势,冲破了青少年使用新媒介的经济壁垒,更提供了亚文化生产、传播和共享的“普泛化”和“即时性”的媒介工具。

这里所谓由“小众”走向“普泛”,其实质就是使青年亚文化的话语权回归青年本体,尤其是将青年的媒介话语权交还给青年阶层。长期以来,青年是被基于成人价值观和世界观所建构的成人文化话语来强行描述,而不是由青年自己的语言来编码的。比如,芝加哥学派关注的工人阶级青年亚文化,伯明翰学派聚焦的中产阶级青年亚文化,以及对中国 20 世纪 80 年代以来

的摇滚和地下纪录片的研究等,这些青年亚文化的研究,尽管也突出了青少年边缘化的问题,但由于研究者基本上是来自中产阶级的成人学者,因此,他们难免将青少年群体传奇化,并且忽略那些真正意义上的“普通孩子”,从而使青年亚文化生产和传播被不同程度地圈定在某个阶层或者某个文化小圈子之内。同时,由这些成人学者的话语出发,青年亚文化往往被贴上类似的流行标签:主流派、非主流派、危险人物,等等。然而,网络技术传播重构的新公共空间却能够向几乎所有的青年群体,甚至向游离于亚文化圈子之外的青年人群开启,从而确立了青年亚文化的普泛化存在和传播。尽管目前网络青年群体基本上还囿于“都市青年”“知识青年”,但也不乏“低知分子”和“打工族”,可以说,网络媒介青年亚文化的普泛化趋势是青年亚文化的一大进步,也是青年群体文化创造力的一次解放。这种由青年群体广泛参与的青年亚文化的意义,还在于它削弱了传统媒介镜像下和主流意识形态话语中关于青年亚文化的“道德恐慌”评价和“妖魔化”的叙述,也溢出了基于意识形态对抗和阶级斗争理论而对青年亚文化的界说和肯定,它们在更大的程度上是通过新媒介技术而自我界定、自我指涉并直接呈现,从而具有更多属于青年亚文化主体的言说权利。而这一事实当然也“逼迫”着青年亚文化主体言说之外的亚文化理论进行调适和修正。

其次,青年群体通过熟谙地使用新的媒介技术为自身赢得了更为广阔和自由的“书写”空间。比如,网络媒介所特有的虚拟性和匿名性,就为青年亚文化提供了表达的自由通路,而自由表达则始终是青年亚文化得以生产和传播的基本前提,它可以使青年据此克服青春期的怯弱、羞涩、拘谨和不成熟忧虑,不忌惮来自成人世界的监视和压抑,充分自由地去表达自我。毫无疑问,是新媒介为青年亚文化插上了自由的翅膀,为亚文化充分地享受自由、表达自由提供了无人可阻挡的强劲动力和安全表

达平台。

再次,青年亚文化通过新媒介技术的多媒介、多兼容、多互动的诸种特性,突破了传统亚文化风格的表达惯例,获得了更自如的、多样化的表达方式,从而形成了独特的青年亚文化风格。在新媒介中,那些新的技术呈现和表达方式,比如,媒介由语言文字符号、声音符号和影像符号向综合的数字符号转变,致使文化的表达突破了对单一媒介的依赖,实现了青年亚文化表征符号的“脱胎换骨”。传统意义上亚文化的“符号”,主要体现在青年们的衣着方式、独特的言行风格以及所喜欢的音乐类型等方面。如赫伯迪格笔下的朋克族,“额上的卷发和皮夹克、小羊皮软底男鞋和尖头皮鞋、橡胶底帆布鞋和帕卡雨衣、摩登族的平头和光头仔的步伐、紧身瘦腿和色彩鲜艳的袜子、紧身短夹克和笨重的街斗钉靴,这乱糟糟的一切物体能够既‘各就各位’,又显得‘不合时宜’,这多亏有了惊世骇俗的黏合剂——安全别针与塑料衣、既令人畏惧又让人着迷的缚皮带与绳索”。而当下的青年亚文化主体却压根并不希冀借助这些出格的外在“行头”来表达亚文化的“风格”和意义,他们更青睐于使用网络媒介所带来的新技术手段和技术装置去表情达意,而将真实的主体形象以匿名的方式掩藏在赛博空间里。除了通过风格化的音乐表达自我外,更多的技术和手段随着网络媒介的发展被不断开发和利用,如Flash动画、在线游戏、动态相册、多媒介视频软件以及MSN、QQ等在线聊天工具、Twitter和微博、搜索技术等。掌握这些技术的青年人不再拘泥于某一种表达方式,而是杂糅了文字、图像、影像、声音等多媒介手段,轻松自如地参与到亚文化的生产和传播中。

最后,与上一点密切相关的是,青年亚文化的文化类型也迅疾由单一走向多元,致使基于网络新媒介技术的青年亚文化类型层出不穷、此消彼长。当下,网络媒介上盛行的自拍文化、恶

搞文化、迷文化、搜索文化、黑客文化、御宅族文化、游戏文化、同人女文化、Cosplay 文化等,无不寄生于网络,活跃于网络。而掌握了新媒介技术的一代青年人甚至以网络技术为“武器”,在自我与成人世界之间筑起一道自我保护的“高墙”。这种通过技术壁垒逃避和主动隔绝主流意识形态以及成人世界的文化钳制,在虚拟“高墙”之内演绎别样人生的青年文化态势,只有在网络技术时代才得以成为现实。

另外,新媒介的发展也促成了青年亚文化传播方式的根本改变。其中最突出的,是由单向传播转换成多向交互式传播,由滞后性传播转换成即时性传播,除此之外,青年亚文化实践活动和文本内容的便捷上传、下载和在线生成,传播者和受众角色的合成及互为转换,虚拟空间与现实社会的互动聚合,均从物质、时间、空间、技术等多方面突破了原有的社会和技术性藩篱,真正在青年亚文化中间实现了几乎是无障碍的传播。

三

毫无疑问,上述新媒介语境下形成的青年亚文化的存在和传播方式,已经赋予青年亚文化崭新的文化实践意义,其中,最典型的莫过于青年亚文化“抵抗”精神的弱化乃至失落,以及亚文化自身多样化与娱乐化、全球化与消费主义的特质,这些导致青年亚文化步入极具后现代特征的“后亚文化”时代。

一如鲍德里亚、利奥塔、哈维等声称的那样,后现代文化的一个重要特征是资本在全球范围内更深层次的渗透和均质化。这些过程同时也产生了更进一步的文化碎裂、时空经验的改变以及经验、主体性和文化的新形式。换言之,网络媒介的无深度感、暂时性、分裂性和全球化特征,促使在其基础上生成和传播的青年亚文化不再可能抵抗任何单一的政治体系、主流阶级和

成年文化,他们甚至不同程度地弱化了这一文化的某些“抵抗”的特质。因此,如果依然在反抗/抵抗的层面上去认识网络媒介下的青年亚文化,便显得圆凿方枘、扞格不通了,因为我们所处的世界早已发生“裂变”,二元对立和某一主流文化始终居高临下的观念也已被多元文化观念所取代。

我们看到,新媒介语境中的青年亚文化特质,在传统的“阶级”和“年龄”之外,其可变因素也呈现出空前的多元性和复杂性,诸如身体、性别、种族、民族、时尚、图像等关键词,不断进入当代青年亚文化的内核和意义场域。也就是说,新媒介催生出的青年亚文化已经不再单单囿于某种风格鲜明而固化的文化类型,相反,许多特征明显不同的青年亚文化类型共时性地陆续呈现,甚至此起彼伏,随着时间的流逝,它们不断出现、繁盛,进而消失,终而复始,生生不息。青年人也不再仅仅将自己执着地归属于某一种亚文化类型,他们经常从一种亚文化类型转向另一种亚文化类型,或者同时属于几种亚文化类型,实际上建立起了法国社会学家米歇尔·马菲索里所说的“新部落”,即社会群体之间的识别不再依赖于阶层、性别和宗教等传统的结构因素,消费方式成为个人创造当代社交以及小规模社会群体的新形式,“新部落没有我们熟悉的组织形式的硬性标准,它更多地是指一种气氛,一种意识状态,并且是通过促进外貌和‘形式’的生活方式来完美呈现的”。这种新社交方式鼓励个人以不同的角色、性别、身份自由地参与多个流动的、临时的、分散的而非固定的部落,从而在部落之间动态地、灵活地定位自我。

事实上,不同阶层、教育、社会环境中的青年人总是分属于各种明显不同的群体,他们在观念、价值观和意识形态上都有着极大的差异性、多样性和异质性。恰如有着中国和加拿大双重血统的学者卢克所指出的,在后现代时期成长的青年,“大约要经历 16 到 18 个不同的世界……这就像是在不同文本的海洋里

航行一样。每一个文本都试图将你定位、出卖你、定义你”，这样的青年亚文化样本和青年亚文化族群，在网络媒介时代，不仅出现在传统的亚文化音乐生产中，也频繁出现在听觉和视觉技术，譬如电影、影像、电视、数码、广告、流行文化中，所有这些媒介生产及其产品都渗透和塑造了青年亚文化的面貌，从而勾勒出“万花筒”般的青年亚文化面貌，正如默克罗比所评述的那样，“对表层的关注越来越彰显，意义被炫示为一种有意为之的表层现象”。

在这样的情境下，“抵抗”既模糊了着力的对象，也失去了明确的方向，娱乐的特性则得以放大。网络文学由“寓教于乐”转向“自娱娱人”，网络视频聚焦重心由“艺术作品”转向“现场直录”，网络语言由“精致合规”转向“生造逗乐”，网络图像被技术率性 PS，甚至，一切传统、经典、权威、主流的话语、作品和表达都面临随时被颠覆和解构的命运。一代青年对待权威的方式并不是公然抵抗和反对，而是采用拼贴、戏仿、揶揄、反讽的手段对其尽情调侃和讥刺，同时获取自我愉悦和狂欢。恶搞亚文化是最典型的范例，而其他在新媒介平台上活跃的文化类型，也无不充满着这种自娱自乐和无厘头的色彩。尽管这种娱乐化的过程往往不可避免地指向空洞和无意义，但是，我们必须看到，其对所谓主流、经典、权威的解构，依然凸显出文化心理的意义向度，那就是释放激情、缓解焦虑、宣泄不满、寻找自我以及个体和群体身份的认同。也因此，或可以说，新媒介语境下的亚文化在弱化了抵抗色彩和精神的同时，将抵抗的意义稀释于娱乐化的表达之中。

新媒介语境下的青年亚文化除了具有弱化抵抗、多元发展自身文化和偏重娱乐化的特质外，还显现出向全球化与消费主义妥协的趋向。贝斯利认为，处在晚期资本主义之后的后工业化社会中，有两大特征影响青年亚文化的生长和传播，“一是被

跨国公司而不是被单一国家影响和主导的消费社会,另一个是被信息技术、媒介和服务行业而不是被旧制造业赋予特征的全球化社会”。众多跨国组织,包括微软、苹果、可口可乐、时代华纳等跨国企业,世界银行、联合国等国际政府组织以及绿色和平等非政府组织(NGOs)都在带动全球化进程,使诸如全球市场、商品化、消费、互联网、国际时装等日渐互相关联,甚至可能转向全球通用。与此同时,多元文化之间的差别和冲突在全球化进程中非但没有被抹平,相反,其因为交流的便利而变得愈益突出。然而,明显悖论的是,被企业控制的新媒介技术同时为弱势群体和个人提供了成本低廉、方便易得的传播场所,给了他们表达自己声音的极大机会。在网络新媒介世界中,谷歌、百度、MSN、QQ、Twitter,人人网、豆瓣、优酷在全球资本、商业利益和中国经济市场化、开放化的驱动下,为持有一台电脑及上网设备的或拥有一台联网手机的所有青少年人群提供了原创或传播自身文化信息的可能。同时,众多跨国企业还处心积虑地将青年群体视为最完美的消费者,他们从市场缝隙、人口和心理特征、生活方式等全方位地对青少年加以细分,如叛逆者、“80后”、“90后”、网购族、冲浪迷、背包族等,并着眼于这些团体成员的多重文化身份、欲望需求及购买能力,有预谋地、积极地去培养他们特定的消费习惯和价值观念,从而建构起庞大的青少年消费市场。

今天的青少年更多是通过消费和市场层面而不是传统渠道,如家庭、组织、学校来发现他们的身份和价值。其中,最典型的莫过于跨国公司在他们持续不断的广告运动中将消费身份和消费观念以各种炫目的手法植入青少年的认知和价值观中,从而消弭青年人在种族、阶级和性别上的区别,取而代之以时尚的风格、新的性别角色、新的认同、新的文化实践、新的家庭格局和新的社会团体,等等。事实上,今天的青年亚文化通过互联网络

等新媒介的确能够更容易地了解外部文化,全球化的趋势也模糊了他们建立在不同国家、阶层、地域乃至性别基础上的青年亚文化特征。如果无视这一变化,我们将很难深入而准确地把握当今青年亚文化的本质。

四

新媒介技术促成的当代青年亚文化的盛行,意味着青年亚文化身份的“与时俱进”。但需要继续追问的是,新媒介语境中的青年亚文化能否真正延伸成为与主流文化交相辉映、互生互长的文化类型?新的青年亚文化能否为全社会的文化整合、文化调节与文化优化提供良性因子,从而有助于社会在追求民主、和谐中健康前行?

在某种意义上,青年亚文化似乎总是作为社会主流文化中的一种不和谐音而为世人感知,作为一种偏离常规的乱象而令世人侧目。新媒介语境下的青年亚文化也是如此,它每每引发社会的“道德恐慌”,它往往印证着“娱乐至死”的担忧,它总是以个人主义的张狂稀释着各种集体性的凝聚力,它还可能在疏离、越轨、颠覆的行为中,破坏规范,陷入意义的虚无……所有这些,昭示着文化的断裂、社会的失序,也呼唤着文化的调整。但是,所有这些如果仅仅将其作为对青年亚文化的指控,那便忽略了一个富有积极意义的观察视角——将青年亚文化置于文化整体构成及其变迁之中加以观察。

一个显而易见的媒介文化图景是,新媒介点对点传播、传受互动乃至传受合一的特性,都可能使同质青年亚文化的呈现强度加大加密,又使不同类型青年亚文化之间的交流、相融、再生更加便利。如此,多样化的青年亚文化不但丰富了新媒介自身的信息内容,也促使传统媒介和主流文化无法忽视网络上众多

的亚文化实践及其文化符号和文化意义。事实上,网络虚拟空间中的青年亚文化实践活动正在成为传统媒介跟踪、聚焦、报道的重要内容。青年亚文化已经陆续登堂入室,进入主流媒介视野,引发主流媒介关注。仅以近两年为例,人肉搜索、网络雷词、山寨春晚、贾君鹏事件、犀利哥等亚文化现象,无不是经由传统媒介介入传播后成为影响整个社会的文化事件。同时,这些亚文化事件得以传播,也拓宽了传统主流媒介的传播口径,从而拓展了主流文化关于民主和宽容的理念。

不仅如此,新媒介语境下的青年亚文化实践,可能激发对主流文化的重新审视,丰富其内蕴,甚至促成新的文化整合。年轻人出于对动漫、游戏和卡通的痴迷,自制道具和服装,扮演自己喜爱的人物。这本是一种私下的个体的娱乐活动,随着国家产业结构的调整,文化创意产业被提上议事日程,Cosplay也因此被整合进动漫产业链中,成为重要的内容之一。可以说,新媒介为青年亚文化新的生存方式提供了可能,它们既在网络世界兴盛并影响主流媒介、主流社会、主流人群乃至主流意识形态,同时,也在与主流媒介和主流文化的协调整合中进入主流,壮大自身。更进一步而言,这实际上涉及未来文化的可能性,即青年亚文化为文化的未来发展提供最初的动力、灵感和实验。现在我们可以说,个人计算机的使用绝对是一种主流的技术文化,但是,许多人恐怕忘了,这一计算机文化却是肇始于乔布斯等人当年充满理想色彩的黑客亚文化实践。

正是在这样的意义上,自2005年起,我们高度而密切地关注新媒介语境下产生的一系列青年亚文化现象,并在2008年国家社科基金立项的基础上,对此展开全方面的理论和文化实践类型研究。本套丛书所收录的“迷”“恶搞”“黑客”“御宅”“拍客”“网游”及“Cosplay”仅是青年亚文化中最活跃、影响颇大的几